

BAB II

DESKRIPSI OBYEK PENELITIAN

A. Profil PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. (Telkom)

PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. (Telkom) merupakan perusahaan penyelenggara bisnis T.I.M.E (*Telecommunication, Information, Media and Edutainment*) yang terbesar di Indonesia. Pengabdian Telkom berawal pada 23 Oktober 1856, tepat saat dioperasikannya layanan telekomunikasi pertama dalam bentuk pengiriman telegraf dari Batavia (Jakarta) ke Buitenzorg (Bogor). Selama itu pula Telkom telah mengalami berbagai transformasi.

Transformasi terakhir sekaligus yang disebut dengan *New Telkom Indonesia* adalah transformasi dalam bisnis, infrastruktur, sistem dan model operasi dan transformasi sumber daya manusia. Transformasi tersebut resmi diluncurkan kepada pihak eksternal bersamaan dengan *New Corporate Identity* Telkom pada tanggal 23 Oktober 2010, tepat pada hari ulang tahun Telkom ke-153. Telkom juga memiliki tagline baru yaitu *The World in Your Hand*.

Sejalan dengan lahirnya *New Telkom Indonesia*, berbekal semangat *positioning* baru *life confident* manajemen dan seluruh karyawan Telkom berupaya mempersembahkan profesionalitas kerja, serta produk dan layanan terbaik bagi pelanggan dan *stakeholders*.

Sampai dengan 31 Desember 2008, jumlah pelanggan Telkom tumbuh sebanyak 37% dari tahun sebelumnya sebanyak 68,6 juta pelanggan. Jumlah pelanggan ini terdiri dari pelanggan telepon tidak bergerak kabel sejumlah 8,6 juta, pelanggan telepon tidak bergerak nirkabel sejumlah 12,7 juta pelanggan dan 65,3 juta pelanggan jasa telepon bergerak.

Sepanjang tahun 2008, berbagai penghargaan dan sertifikasi telah diterima oleh Telkom, baik dari dalam maupun luar negeri. Penghargaan itu diantaranya; Sertifikasi ISO 9001:2000 dan ISO 9004:2000 untuk Divisi *Enterprise Service* dari TUV *Rheinland International* Indonesia, Penghargaan Sistem Kesehatan dan Keselamatan Kerja (SMK3) dan Kecelakaan Nihil 2008 dari Wakil Presiden RI, *The Best Corporate Image Category* dalam ajang *Most Admired Companies Awards* ke-8 dari *Frontier Consulting Group*, Juara Umum 2007 *Annual Report Award* dari Menteri Keuangan RI, Juara Umum Anugerah Media Humas 2008 dari Bakorhumas CIO of *The Year 2008* dalam *Hitachi Data System IT Inspiration Awards*, dan Penghargaan CEO dan Perusahaan Idaman dari Majalah Warta Ekonomi.

Saham Telkom per 31 Desember 2008 dimiliki oleh pemerintah Indonesia (52,47%) dan pemegang saham publik (47,53%). Saham Telkom tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI), *New York Stock Exchange* (NYSE), *London Stock Exchange* (LSE) dan *Tokyo Stock Exchange*, tanpa tercatat. Harga saham Telkom di BEI pada akhir Desember 2008 sebesar Rp. 6.900.

nilai kapitalisasi pasar saham Telkom pada akhir tahun 2008 mencapai Rp. 139,104 miliar atau 12,92% dari kapitalisasi pasar BEI.

Dengan pencapaian dan pengakuan yang diperoleh Telkom, penguasaan pasar untuk setiap portofolio bisnisnya, kuatnya kinerja keuangan, serta potensi pertumbuhannya di masa mendatang, Telkom menjadi model korporasi terbaik Indonesia.

B. Profil PT. Telkom Kandatel Yogyakarta

Kantor pusat Telkom berkedudukan di Jalan Japati No. 1 Bandung. Kantor pusat ini membawahi 12 Witel dan Witelsat. Pada perkembangan selanjutnya, organisasi Witel-Witel tersebut dilikuidasi menjadi tujuh divisi, yaitu : Divisi Sumatera, Divisi II Jakarta, Divisi III Jawa Barat, Divisi IV Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta, Divisi V Jawa Timur, Divisi VI Kalimantan dan Divisi VII Kepulauan. Kantor pusat untuk Divisi IV sendiri berkedudukan di Jalan Pahlawan No. 10 Semarang. Divisi IV membawahi sepuluh Kandatel (Kantor Daerah Telekomunikasi) yang terdiri dari : Yogyakarta, Solo, Magelang, Purwokerto, Pekalongan, Kudus, Tegal, Cilacap, Cepu dan Semarang.

Pada saat masih bernama PPT (*Post Telegraf en Telefondiest*) dan perusahaan Negara, PT. Telkom Kandatel Yogyakarta yang pada saat itu terdiri dari kantor telepon dan telegraf bergabung dengan kantor Pos dan Giro kelas I, yang berkedudukan di Jalan Pangeran Senopati No. 2 Yogyakarta. Pada tahun 1974, kantor Telegraf tetap bergabung dengan kantor Pos dan giro. Pada tahun 1970 kantor Telepon dipindahkan ke Jalan Yos Sudarso No. 9 Yogyakarta, dan mulai beroperasi pada tahun 1974. Tahun 1974 kantor telegraf dibangun disebalah selatan kantor Pos dan Giro, yakni di Jalan Trikora Yogyakarta. Tahun 1990 kantor Telegraf dan Telepon Transmisi Stasiun Bumi bergabung dalam satu organisasi menjadi Kantor Daerah Telekomunikasi Yogyakarta, yang berlokasi di Jalan Yos Sudarso No. 9 Yogyakarta.

1. Visi dan Misi Telkom

a. Visi

“ to become a leading InfoCom player in the region”

Telkom berupaya untuk menempatkan diri sebagai perusahaan *InfoCom* terkemuka di kawasan Asia Tenggara, Asia dan akan berlanjut ke kawasan Asia Pasifik.

b. Misi

Telkom memiliki misi memberikan layanan “ *One Stop InfoCom Service with Excellent Quality and Competitive Price and To Be the Role Model as the Best Managed Indonesian Corporation* “

Telkom akan mengelola bisnis melalui praktek-praktek terbaik dengan mengoptimalkan sumber daya manusia yang unggul, penggunaan teknologi yang kompetitif, serta membangun kemitraan yang saling menguntungkan dan saling mendukung secara sinergis.

2. Logo Telkom



Bersamaan dengan hari jadinya yang ke 153, Telkom resmi mengadakan *launching* logo terbarunya yang sekaligus merupakan suatu transformasi dan perubahan *landscape* bisnis Telkom, dari bisnis informasi dan komunikasi menjadi ***Telecommunication, Information, Media and Edutainment (TIME)***. Hal ini kemudian dikukuhkan dengan *positioning*

Telkom yang baru yaitu *life confident* dengan tagline *The World in Your Hand*. Adapun arti simbol-simbol logo tersebut :

- a. Lingkaran sebagai simbol dari kelengkapan produk dan layanan dalam portofolio bisnis baru Telkom yaitu *TIME (Expertise)*.
- b. Tangan yang meraih ke luar. Simbol ini mencerminkan pertumbuhan dan ekspansi ke luar (*Empowering*).
- c. Jemari tangan. Simbol ini memaknai sebuah kecermatan, perhatian, serta kepercayaan dan hubungan yang erat (*Assured*).
- d. Kombinasi tangan dan lingkaran. Simbol dari matahari terbit yang maknanya adalah perubahan dari awal yang baru (*Progressive*).
- e. Telapak tangan yang mencerminkan kehidupan untuk menggapai masa depan (*Heart*).

Warna-warna yang digunakan adalah :

- a. *Expert blue* pada teks Telkom melambangkan keahlian dan pengalaman yang tinggi.
- b. *Vital yellow* pada telapak tangan mencerminkan suatu atraktif, hangat dan dinamis.

- c. *Infinite sky blue* pada teks Indonesia dan lingkaran bawah mencerminkan inovasi dan peluang yang tidak terhingga untuk masa depan.

Transformasi kali ini adalah yang paling besar sepanjang sejarah Telkom, karena bersifat fundamental, menyeluruh dan terintegrasi yang menyentuh empat aspek dasar perusahaan, yaitu : Transformasi Bisnis, Transformasi Infrastruktur, Transformasi Sistem dan Model Operasi dan Transformasi *Human Resource*.

C. Budaya Perusahaan

PT. Telkom berdiri dan berkembang dengan sistem, kinerja dan budaya perusahaan yang tetap dipegang teguh. THE TELKOM WAY 135 sebagai budaya yang dikembangkan Telkom, merupakan bagian terpenting dari upaya perusahaan untuk meneguhkan hati , merajut pikiran dan menyerasikan langkah semua insan Telkom dalam menghadapi persaingan bisnis Info Com.

PT. Telkom Indonesia , Tbk memiliki tiga nilai inti budaya perusahaan, mencakup :

- a. *Customer Value*
- b. *Excellent Service*
- c. *Component People*

Selain itu terdapat lima langkah perilaku untuk memenangkan persaingan, yang terdiri dari :

- a. Stretch The Goal*
- b. Simplify*
- c. Involve Everyone*
- d. Quality is My Job*
- e. Reward the Winners*

THE TELKOM WAY 135 merupakan hasil penggalan dari perjalanan Telkom dalam mengarungi lingkungan yang terus berubah, dan diskristalisasi serta dirumuskan dengan rangsangan oleh berbagai inspirasi dari perusahaan lain dan berbagai tantangan dari luar. Dengan akar yang kuat pada kesadaran kolektif organisasi, diharapkan THE TELKOM WAY 135 dapat cepat tertanam dalam jiwa insan Telkom. Telkom berharap dengan tersosialisasinya THE TELKOM WAY 135, maka akan tercapai pengendalian cultural yang efektif terhadap cara memandang, cara berfikir dan cara berperilaku semua insan Telkom.

D. Peran Komunikasi

Telekomunikasi memiliki arti penting dalam upaya memperkuat persatuan dan kesatuan bangsa, pembangunan dan hasil-hasilnya, meningkatkan hubungan antar bangsa, mendukung terwujudnya tujuan pemerintah. Dengan kata lain telekomunikasi mempunyai peranan dalam

mendorong pertumbuhan ekonomi serta meningkatkan kehidupan atas bangsa ini.

Telekomunikasi harus diselenggarakan berdasarkan asas manfaat adil dan merata, adanya kepastian hukum, keamanan, etika, dan kepercayaan pada diri sendiri. Penyelenggaraan telekomunikasi dapat diklasifikasikan pada tiga jenis yaitu : penyelenggaraan jaringan telekomunikasi, penyelenggaraan jasa telekomunikasi dan penyelenggaraan telekomunikasi khusus. Penyelenggaraan telekomunikasi jaringan telekomunikasi dan jasa telekomunikasi dapat dilaksanakan oleh BUMN, BUMD, Usaha Swasta dan Koperasi, sedangkan penyelenggaraan telekomunikasi khusus dapat dilakukan oleh perseorangan, instansi pemerintah, badan hukum selain penyelenggaraan jaringan telekomunikasi atau penyelenggaraan jasa telekomunikasi. Salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa telekomunikasi adalah PT. Telkom.

Berawal dari peranan Telkom tersebut, dapat dijelaskan bahwa peranan Telkom sebagai perusahaan yang bergerak di bidang jasa telekomunikasi di Indonesia begitu strategis guna memberikan kontribusi berarti dalam mendorong pertumbuhan ekonomi. Indikasi atau tolak ukurnya antara lain dengan beragam produk pelayanan jasa telekomunikasi yang ditawarkan oleh PT Telkom yang meliputi antara lain : layanan keluhan pelanggan, layanan pasang-pasang baru, Plasatron, Internet akses, Kiostron Web Hosting, Telkom link Wireless, dan Telkom Hot spot Comes 2 U.

Sehingga dengan demikian masyarakat dapat memperoleh kesempatan yang sangat luas untuk menikmati pelayanan dari PT. Telkom mencakup produk tersebut di atas, yang bermuara kepada semakin cepatnya informasi dan komunikasi yang dapat dilakukan oleh elemen masyarakat, khususnya para pengusaha maupun pelaku ekonomi. Efek yang timbul dari tingginya intensitas masyarakat dalam memperoleh jasa pelayanan Telkom membuat perusahaan Telkom tersebut memperoleh benefit, sekaligus memberikan sumbangan besar bagi pemasukan ke kas negara.

Bila dilihat dari segi bisnisnya, Telkom termasuk salah satu perusahaan dari seribu perusahaan yang paling menguntungkan di dunia versi majalah ekonomi bergengsi *Buisness week*. Hal ini menunjukkan bahwa peranan telekomunikasi khususnya dalam hal ini PT. Telkom sebagai salah satu penyelenggaraan telekomunikasi di Indonesia telah dapat menunjukkan eksistensinya sekaligus mampu memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pemasukan dana kas negara.

E. Struktur Organisasi DCS (Divisi Customer Service) Yogyakarta.

DCS (Divisi CustomerService) Yogyakarta. Berkantor di PT. Telkom yang berada di Jl. Yos Sudarso

Struktur organisasinya :

Dipimpin oleh Manager Area UCS Yogyakarta :

membawahi :

- Asman Service Support Yogyakarta
- Asman Customer Care Yogyakarta (divisi yang bertanggung jawab menangani keluhan)
- Asman Modern Channel Yogyakarta
- Asman Direct Channel Yogyakarta
- Asman Cust Care-Commerce Off Bantul
- Asman Cust v-Commerce Off Wonosari
- Asman Cust Care-Commerce Off Sleman

Masing-masing ASMAN membawahi Off 2 dan Off 3 masing-masing divisi.

F. Produk Layanan Internet PT. Telekomunikasi Indonesia

▪ Internet

1. **Speedy** : merupakan layanan internet berkecepatan tinggi dari TELKOM dengan berbasis pada teknologi akses Asymmetric Digital Subscriber Line (ASDL), yang memungkinkan terjadinya komunikasi data, voice, dan video secara bersamaan, pada media jaringan akses kabel tembaga (line telepon).
2. **TELKOMNet.Instan (0809 8 9999)** : merupakan layanan akses internet dial-up secara mudah tanpa berlangganan dengan konsep layanan yang mudah dan sederhana. Tarif

TELKOMNet Instant adalah Rp. 165,-/ menit, sudah termasuk biaya akses internet dan pulsa lokal.

3. **TELKOMNet Flexi up to 64 Kbps** : akses komunikasi ke internet gateway dengan mode data paket pada network Telkom Flexi. Akses ini melalui packet data network (PDN) dengan kecepatan standar CDMA 2000-1x yang saat ini dibuka pada kecepatan efektif (throughput) antara 30 hingga 70 Kbps. Biaya yang dibebankan untuk akses TelkomNet@Flexi akan dihitung berdasarkan volume data yang ditransaksi (Kbps).